

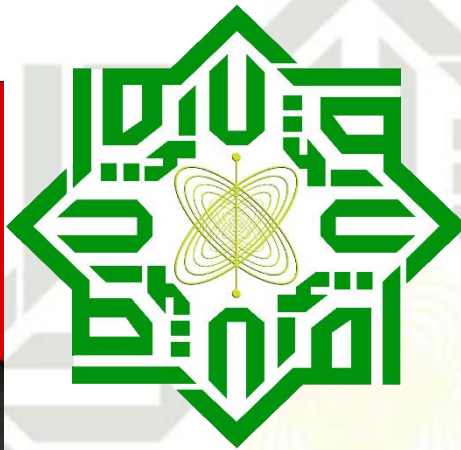


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI
SYARIAH CABANG PEKANBARU**

SKRIPSI



OLEH :

JOKO USMAR

11371100105

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU**

2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI
SYARIAH CABANG PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH :

JOKO USMAR

11371100105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU**

2019



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : JOKO USMAR
 NIM : 11371100105
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN S1
 KONSENTRASI : PEMASARAN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : XIII (TIGA BELAS)
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
 DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
 BANK BNI SYARIAH CABANG PEKANBARU
 TANGGAL UJIAN : 30 DESEMBER 2019

DISETUJUI OLEH

PEMBIMBING

Dr. DONY MARTIAS, SE., MM
NIP. 19760306 200710 004

DEKAN



Dr. Drs. H. MUH. SAID HM, M, Ag. MM
NIP. 196205 2 198903 1 003

KETUA PRODI S1 MANAJEMEN

AINUN MARDIAH, SE., MM
NIP. 19781203 200604 2 001



- a. Pengumpulan nanya untuk kepentingan penelaikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : JOKO USMAR
 NIM : 11371100105
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN S1
 KONSENTRASI : PEMASARAN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : XIII (TIGA BELAS)
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI SYARIAH CABANG PEKANBARU
 HARI/TANGGAL UJIAN : SENIN, 30 DESEMBER 2019

DISETUJUI OLEH
 KETUA PENGUJI



NASRULLAH DJAMIL, SE, M.Si, Ak. CA
 NIP. 19780808 200710 1 003

MENGETAHUI

PENGUJI I


Dr. MAHENDRA ROMUS, SP, M.Ec
 NIP. 19711119 200501 1 004

PENGUJI II


RATNA NURANI, SE, MM
 NIK. 130 717 125

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr, Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT karena dengan keridhaannya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru”**, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen S.1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. KH. Ahmad Mujahidin selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.ag. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Ainun Mardhiah, S.E, M.M selaku Ketua Jurusan dan Ibu Astuti Meflinda, S.E, M.M, selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Dr Dony Martias, SE, MM selaku Dosen Pembimbing proposal dan pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama pembuatan skripsi dapat terselesaikan tepat waktu dan dengan baik.
5. Bapak Dr. Mahendra Romus S.P, MEc, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan serta bimbingannya dalam perkuliahan
6. Seluruh Dosen Pengajar, pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Husniyansyah dan Ibunda Tri Mardihana berkat doa dan restunya yang tiada henti sehigga memudahkan penulis dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih kepada kedua adik saya Surahman dan Tiara Nina Pratiwi yang senantiasa memberi semangat dan juga dukungan moril maupun materil serta senantiasa selalu mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
8. Saudara baru penghuni kos ceria : Fahri Riansyah S.Pd, Muhammad Nurhaqiqi S.E, Muhammad Abdi S.Pd, M.Pd, Imam Raharjo S.Pd, Jasriadi Hasyir S.T, Dan Hefriadi S.E. yang selalu menemani penulis dan memberi semangat yang tiada henti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Kepada sahabat saya Reza Fahrevi S.T dan Renaldi Al Ihsan S.E., Sy dan Muhammad Abduh S.E, yang selalu ada disaat suka maupun duka selama menjalani pendidikan.
10. Kepada saudara-saudaraku HMJ Manajemen S1 dan HMI Fekonsos yang telah memberikan ilmu keorganisasian dalam lingkup kampus madani ini, dan telah mendidik saya menjadi pribadi yang berani berbicara dan bertanggung jawab.
11. Terima kasih kepada Mardhiah Hayati yang selalu menceramahi saya ketika tidak mengerjakan skripsi ini dan telah membantu saya dalam 3 tahun terakhir.
12. Teman-teman jurusan Manajemen dan lokal Pemasaran B angkatan 2013 yang telah memberikan warna dalam setiap perkuliahan saya, terima kasih atas pertemanan dan kebersamaan yang terjalin selama ini.
13. Kepada teman-teman KKN Desa Tanjung Punak, Kec. Rupat Utara. Andira Rahman Sayudi S.Sos, Muhammad Abduh S.E, Firdaus, Satria Fitrianto, Muhammad Riski Subagja, Annisa Mardhotilah, Siti Yuliana, Fitri Edward, Jasmidar, Nursamsinar, Wahyuni, Fahma Chairani, dan Pratiwi Adenia. Atas doa dan kerjasamanya hingga setelah KKN
14. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon agar usaha ini dijadikan amal sholeh dan diberikan pahala oleh-Nya. Shalawat serta salam semoga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tecurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman, Amin.

Pekanbaru, November 2019
Penulis,

JokoUsmar



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan.....	12
2.1.5 Indikator Kepuasan	13
2.1.6 Kualitas Produk.....	13
2.1.7 Indikator Kualitas Produk	16
2.1.8 Kualitas Pelayanan	17
2.1.9 Indikator Kualitas Pelayanan	19
2.1.10 Pengertian Kepercayaan.....	21
2.1.11 Dimensi Kepercayaan	22
2.1.12 Indikator Kepercayaan	22
2.2 Pandangan Islam	23
2.3 Penelitian Terdahulu	26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4	Kerangka Pemikiran.....	28
2.5	Hubungan Antar Variabel Penelitian	28
2.6	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN.....	31
3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian.	31
3.2	Populasi Dan Sampel.	31
3.3	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel ...	33
3.4	Jenis Dan Sumber Data	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Uji Kualitas Data.....	36
3.7	Uji Asumsi Klasik	37
3.8	Uji Regresi Linier Berganda	39
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	42
4.1	Sejarah Singkat Bank BNI Syariah	42
4.2	Visi Dan Misi Bank BNI Syariah.....	43
4.3	Struktur Organisasi Bank BNI Syariah	43
4.4	Produk Bank BNI Syariah.....	45
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1	Karakteristik Responden	46
5.2	Deskripsi Variabel.....	48
5.3	Uji Kualitas Instrumen Penelitian	55
5.4	Uji Normalitas.....	58
5.5	Uji Asumsi Klasik	60
5.6	Analisis Data Penelitian	64
5.7	Pembahasan.....	69
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
6.1	Kesimpulan	72
6.2	Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

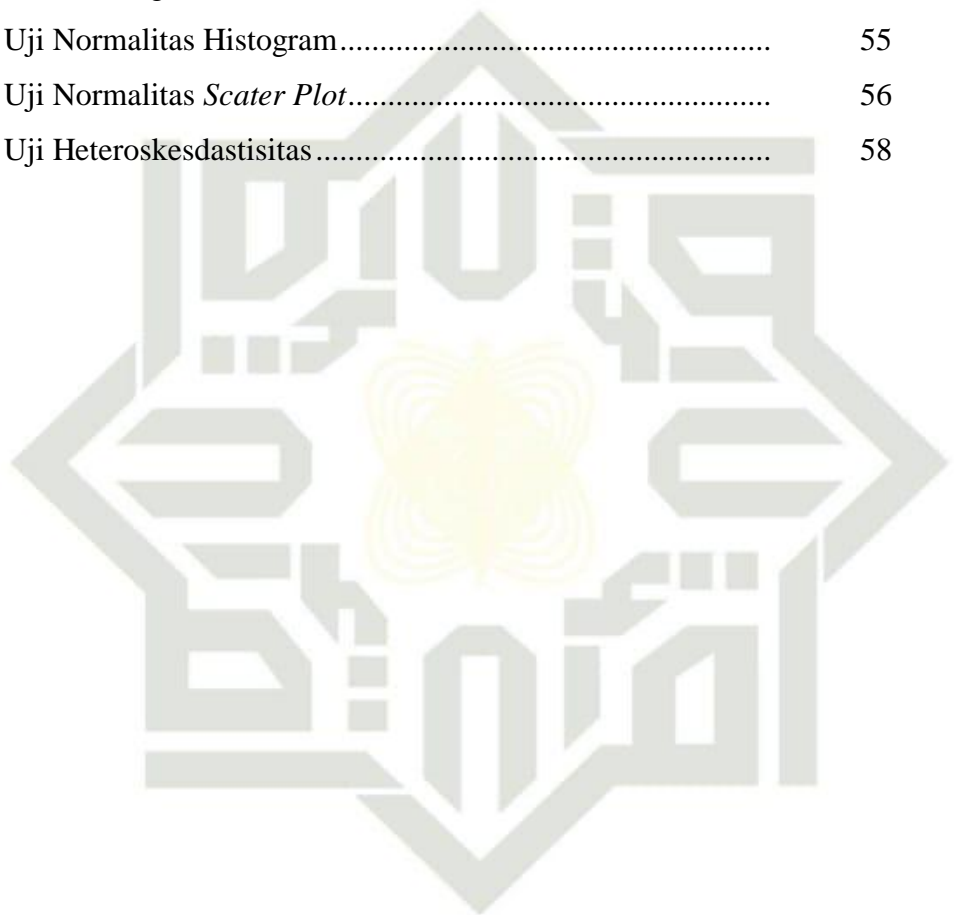
	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah PT BNI Syariah Cabang Pekanbaru	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 5.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 5.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 5.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 5.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Produk	45
Tabel 5.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan	47
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kepercayaan	48
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kepuasan Nasabah	50
Tabel 5.8 Uji Validitas	52
Tabel 5.9 Uji Reliabilitas	54
Tabel 5.10 Uji Multikolinieritas	57
Tabel 5.11 Uji Outokorelasi	60
Tabel 5.12 Analisis Regresi Berganda	61
Tabel 5.13 Uji T Hitung	63
Tabel 5.14 Uji F Hitung	64
Tabel 5.15 Koefisien Determinasi	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	41
Gambar 5.1 Uji Normalitas Histogram.....	55
Gambar 5.2 Uji Normalitas <i>Scater Plot</i>	56
Gambar 5.3 Uji Heteroskesdastisitas.....	58



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI SYARIAH CABANG PEKANBARU

Joko Usmar 11371100105

Perkembangan jasa pelayanan lembaga keuangan bank, terutama bank syariah pada umumnya dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal ini mengakibatkan konsumen lebih memilih bank yang dapat dipercaya, memberikan produk, pelayanan terbaik, dan sesuai dengan prinsip syariah islam. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di Sebagai objek penelitian adalah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru, Jl. Jend. Sudirman, Kantor Cabang Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode accidental sampling. Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analasi regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai $t_{hitung} (6,436) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai $t_{hitung} (2,522) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,013. Dan kepercayaan adalah faktor lainnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai $t_{hitung} (2,290) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,024. Dengan nilai $F_{hitung} (68,327) > F_{tabel} (2,70)$ dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya secara simultan atau bersamaan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BNI Syariah. Nilai Adjust R Square menjelaskan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah sebesar 67,1% sementara sisanya 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci :Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Serta Kepuasan Nasabah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan mitra untuk memenuhi kebutuhan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Bank juga dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan (Kasmir, 2008:53). Perkembangan dunia perbankan yang pesat saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk perbankan yang beraneka ragam dan berkualitas.

Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa perbankan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, yang bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

BNI Syariah adalah lembaga perbankan di Indonesia. Bank ini semula bernama Unit Usaha Syariah Bank Negara Indonesia yang merupakan anak perusahaan BNI, Persero, Tbk. Sejak 2010, Unit Usaha BNI Syariah berubah menjadi bank umum syariah dengan nama Bank BNI Syariah. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah. Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Dampak dari persaingan yang tinggi di pasar perbankan indikasinya adalah tingkat kepuasan yang diterima oleh nasabah, yaitu jika nasabah merasa puas setelah menggunakan produk/jasa tertentu, nasabah cenderung akan percaya terhadap bank tersebut, sedangkan sebaliknya jika nasabah merasa kecewa setelah menggunakan produk/jasa yang digunakan maka nasabah akan cenderung untuk berpindah pada bank lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa kita. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan. Lebih lanjut terdapat beberapa Kepuasan pelanggan menurut para ahli lainnya sebagaimana dalam penelitian Oliver. Ia menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar.

Tabel 1.1
Data jumlah Nasabah PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Pertumbuhan
1	2014	18.998	-
2	2015	20.673	8,82%
3	2016	21.530	4,15%
4	2017	23.553	9,39%
5	2018	25.458	8.08%

Sumber : PT. Bank BNI Syariah, Cabang Pekanbaru 5 periode terakhir

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat pada tahun 2014 hingga tahun 2018 jumlah nasabah mengalami kenaikan terus menerus tetapi jika kita lihat dari persentase pertumbuhan terjadi fluktuasi yaitu pada tahun 2012 jumlah nasabah bank berjumlah 18.998 dan pada tahun 2013 jumlah nasabah mengalami kenaikan menjadi 20.673 dengan persentase 8,82%, pada tahun 2014 jumlah nasabah terus mengalami peningkatan menjadi 21.530 orang tetapi pada jumlah persentase pertumbuhannya mengalami penurunan yaitu hanya 4,15%, selanjutnya pada tahun 2015 bank juga mengalami kenaikan jumlah nasabah sebanyak 2.023 nasabah menjadi 23.553 nasabah dan dari sisi persentase pertumbuhannya juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengalami kenaikan signifikan naiknya sebesar 9,39% dan pada tahun 2016 bank mengalami kenaikan kembali dari jumlah kenaikan nasabah sebanyak 25.458 nasabah, akan tetapi dari persentase pertumbuhannya mengalami penurunan kembali menjadi 8,08%. Ini menunjukkan bahwa dari sisi jumlah nasabah PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru mengalami kenaikan pada setiap tahunnya tetapi terjadi naik turun dari segi persentase pertumbuhannya pada beberapa tahun.

Produk memiliki arti penting bagi perbankan karena tanpa adanya produk, perbankan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Nasabah akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan dari nasabah agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera dari nasabah.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapat perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk tetap bisa bertahan dalam lingkungan bisnis. Bagi setiap perusahaan, baik yang bergerak dalam industri manufaktur maupun industri jasa pelayanan yang berkualitas merupakan tuntutan pelanggan yang harus dipenuhi. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia barang ataupun jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik bagi loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut

Selain memberikan menawarkan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik, hal lain yang dapat meningkatkan kepuasan dari nasabah adalah dengan membangun rasa percaya nasabah. Kepercayaan sangat penting karena kepercayaan merupakan kunci keberlangsungan sebuah usaha perbankan dalam jangka panjang. Kepercayaan adalah variabel kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama untuk terus mempertahankan hubungan jangka panjang. Kepercayaan akan membangun persepsi nasabah, apakah merek memiliki integritas, kompetensi dan benevolence dan lainnya yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka judul penelitian dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan acuan untuk menambah informasi dalam meningkatkan pelayanan, efektifitas kinerja karyawan dan kepercayaan calon nasabah dan nasabah.

2. Bagi Masyarakat dan Nasabah

Dapat digunakan untuk membangun tingkat kemampuan baik dalam melayani calon nasabah dan nasabah, sehingga masyarakat merasa nyaman dan percaya melakukan transaksi di bank tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan keilmuan mengenai pengetahuan pada bidang Manajemen, khususnya mengenai Pemasaran. Disamping itu, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk atau wujud nyata dari penerapan tugas dan fungsi perguruan tinggi, khususnya UIN Sultan Sarif Kasim Riau.

4. Bagi Penulis

Dapat menerapkan ilmu yang diterima dibangku perkuliahan kedalam praktek yang sebenarnya, sehingga teori-teori yang diperoleh diterapkan dan dapat membandingkan antar teori dan praktek perbankan sebenarnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penulisan skripsi ini terdiri dari enam bab. Dimana dalam bab nya difokuskan untuk membahas dua permasalahan saja. Adapun pokok pokok yang dibahas pada masing masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel variabel penelitian.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode penelitian data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa yang digunakan tepat.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktifitas, dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan..

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang bermanfaat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi dari kegiatan pokok perusahaan, disamping fungsi yang lain seperti keuangan, produksi, dan personalia. Kegiatan perusahaan sebagai mana telah diketahui bersama adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar barang atau jasa yang diproduksi atau dihasilkan dapat sampai ketangan konsumen sebagai pihak yang membutuhkan. Disamping itu, kegiatan pemasaran juga bertujuan memperoleh laba yang maksimal untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pemasaran yang dikemukakan oleh asosiasi pemasaran Amerika **Kotler dan Keller (2009:25)** adalah “pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menghantarkan, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul **Kotler dan Keller (2012:13)**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Stanton yang diterjemahkan oleh **Lamarto dan Sadu Sundaya (2009:34)**, pengertian pemasaran adalah Sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kkebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Selain itu, manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul **Kotler dan Keller (2009:5)**. Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu proses perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang telah dirancang, agar bias memiliki segmentasi pasar, mempertakan, serta menumbuhkan pelanggan, dengan harapan tercapainya tujuan persuhaan.

2.1.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik **Tjiptono (2012:301)**. Sedangkan menurut **Kotler dan Keller (2012:125)** Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan

Menurut **Tjiptono (2012:55)** menyatakan kepuasan pelanggan adalah “Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsekuensi kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang”.

Definisi kepuasan pelanggan menurut **Kotler (2014:150)** ialah Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yaitu mengenai apa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah dibandingkan dengan apa yang diinginkan. Jika pelayanan yang diberikan dibawah harapan maka hasilnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

mereka tidak akan puas. Dan apabila pelayanan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut **Tjiptono, (2012:25)** ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kinerja (*performace*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk (*core product*) yang dibeli.
2. Ciri – ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.5 Indikator Kepuasan

Menurut **Kotler dan Amstrong (2012:298)** kepuasan pelanggan ialah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Semakin banyak pelanggan setia yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut akan sukses dan bertahan lama. Adapun indikator-indikator didalam memenuhi kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja spesifik seperti kualitas pelayanan, kehandalan, dan pengiriman tepat waktu (**Tjiptono, 2014**).

2.1.6 Kualitas Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk itu diproduksi. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan atau fungsinya termasuk didalamnya daya tahan, ketergantungan pada produk atau komponen lain, eksklusif, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkus dan sebagainya). Kualitas mempunyai peranan penting baik dipandang dari sudut konsumen yang bebas memilih tingkat mutu atau dari sudut produsen yang mulai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempertahankan dan memperluas jangkauan pemasaran.

Menurut **Istijanto (2009:101)** apabila suatu produk dibuat sesuai dengan dimensi kualitas produk, maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli.

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan **Tjiptono (2012:98)**. Menurut **Kotler dan Keller (2009:143)** kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan **Kotler dan Armstrong (2009:272)**.

Menurut **Nurhayati (2011:121)**, kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang dihasilkan. Dengan demikian kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kotler dan Armstrong (2009:274) menyatakan bahwa untuk merencanakan

penawaran produk, seorang pemasar perlu memahami tingkatan produk, sebagai berikut:

1. Produk utama atau inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk. Aspek mendasar ini harus bisa dipenuhi dengan baik oleh produsen.
2. Produk generic (*generic produk*), yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).
3. Produk harapan (*expected produk*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
4. Produk pelengkap (*augment produk*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
5. Produk potensial (*potensial product*), yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang.

Produsen perlu memperhatikan kelima hal tersebut agar mampu menciptakan produk yang berkualitas tinggi dan dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.7 Indikator Kualitas Produk

Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Menurut **Tjiptono (2012:25)**, untuk menentukan dimensi kualitas barang, dapat melalui delapan dimensi seperti yang dipaparkan berikut ini.

a. Kinerja produk

Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

b. Keandalan

Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

c. Kesesuaian Produk

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat ketetapan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas tetap yang telah ditetapkan.

d. Daya Tahan Produk

Merupakan refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Kualitas yang dipersepsikan

Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

2.1.8 Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh **Tjiptono (2011:52)** bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dengan jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan **Tjiptono (2011:51)**. Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan **Lupiyoadi dan Hamdani (2011:175)**. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Menurut **Kotler dan Keller (2012:181)** menyatakan bahwa Kualitas merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalur menuju pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan. Menurut **Kotler dan Keller (2012:49)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dari beberapa pendapat ahli diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Menurut **Tjiptono (2012:1)** Pelayanan adalah segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok) . Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengertian kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan. Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Menurut **Tjiptono (2012:59)** kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (**Sударso, 2016**)

Dari beberapa pendapat ahli diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen sebagai hasil dari kinerja pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen

2.1.9 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut **Tjiptono (2011:198)** ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu : *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Tanggapan),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Assurance (Jaminan), *Empathy* (Empati). 5 dimensi tersebut akan menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa pada suatu perusahaan. Dimensi kualitas pelayanan oleh **Sударso (2016)** dibagi menjadi lima dimensi diantaranya adalah

1. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi kondisi bangunan (gedung), kelengkapan sarana yang disediakan, prasarana yang mendukung dan keadaan lingkungan yang nyaman.
2. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu pelayanan, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, simpati kepada pelanggan dan tingkat akurasi yang tinggi didalam memberikan pelayanan.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang diukur dengan tingkat pelayanan dalam penyampaian informasi yang cepat dan menyapaikan informasi dengan tepat.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu memberikan informasi kepada pelanggan dengan kata yang mudah dimengerti, memberikan jaminan kepercayaan kepada pelanggan dan memberikan perasaan aman dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan transaksi, karyawan terampil dalam menangani pelanggan dan karyawan selalu bersikap sopan kepada pelanggan.

5. *Emphaty* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan memahami keinginan pelanggan secara individu.

2.1.10 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya dikutip oleh **Wijaya dan Thio (2013: 44)**

Kepercayaan terhadap merek terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Suatu pengalaman konsumsi dapat didefinisikan sebagai kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama pemakaian produk atau jasa **Sunarto (2009:136)**. Menurut **Sangadji (2013:201)** Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh konsumen untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen **Ismail (2014:98)**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.11 Dimensi Kepercayaan

Kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi. **McKnight et al.**, dikutip **Dias (2012:21)** menyatakan bahwa ada dua dimensi kepercayaan konsumen, yaitu:

a. *Trusting Belief*

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Benevolence* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya (penjual toko maya) yang mana penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen. menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun *trusting belief*, yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence*.

b. *Trusting Intention*

Trusting intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. **McKnight et al.**, dikutip **Dias (2012:21)** menyatakan bahwa ada dua elemen yang digunakan untuk membangun *trusting intention* yaitu : (1) *willingness to depend*, (2) *subjective probability of depending*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.12 Indikator Kepercayaan

Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menjadi panduan terbentuknya hubungan jangka panjang yang berdasarkan kepercayaan.

Ismail (2014 : 195) bahwa faktor yang menjadi dasar terciptanya kepercayaan dalam perusahaan yaitu persepsi kecakapan dan kejujuran dalam perusahaan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Berry, Parasuraman dan Zeithaml yang menyatakan bahwa kompetensi dalam perusahaan jasa merupakan alat yang penting yang mendasari kepercayaan konsumen , sehingga indikator yang digunakan dalam mengukur kepercayaan konsumen adalah :

- a. Kompetensi perusahaan
- b. Kejujuran perusahaan
- c. Keandalan perusahaan

2.2 Pandangan Islam

2.2.1 Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam

Menurut Veitzhal Rivai kualitas adalah suatu upaya untuk menghasilkan segala sesuatu yang terbaik, sekaligus meningkatkan serta menjamin keberlangsungan dan kemajuaannya. Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan, bila kualitas produk yang tidak baik maka konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang.

Kualitas produk sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa pembikinan dan pemeliharaan yang membuat produk yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan memenuhi harapan pelanggan. Jadi kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT :

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya : “ Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap di tempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. (Begitulah) perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS. An-Naml : 88)

2.2.2 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkan lah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan jangan lah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memcingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”(QS. Al-Baqarah : 267).

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampiannyapun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share*, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

2.2.3 Kepercayaan Dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan. **Kuat Ismanto (2009: 35)**

Pelaku bisnis yang jujur dan amanah akan dikumpulkan kelak diakhirat bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada'. Sedangkan mereka semua di akhirat tidak memiliki tempat melainkan di surga. Dalam sebuah hadis, Rasulullah SAW bersabda :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ ر.ع. عَنِ النَّبِيِّ ص.م. قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ
مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ. (رواه الترمذي)

Artinya : “Dari Abu Sa’id r.a. dari Rasulullah SAW. Bersabda. ‘Seorang pebisnis yang jujur lagi amanah, maka ia akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada’.” (H.R. Turmidzi)

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Hasnih dkk (2016) <i>Jurnal Mirai Management, Volume 1 Nomor 2 Oktober 2016</i>	Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng	Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh kombinasi kelima variable independen yaitu bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty). Sedangkan sisanya sebesar 25.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti.
2	Dwi Prasajo (2016) <i>Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 5 No 8 Agustus 2016</i>	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahass 0797 Kencanasari 1 Surabaya	Hasil pengujian juga menunjukkan dimensi kualitas layanan yang terdiri bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan AHASS 0797 Kencanasari 1 Surabaya. Sementara secara bersamaan seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel ketanggapan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
3	Armanto (2018) E-Jurnal Manajemen Unud Vol 7 No 3 Tahun 2018	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play	Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dianalisis penelitian ditemukan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati baik secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome Triple Play.
4	Ainul & Aniek Jurnal Of Business and Banking, Vol 4 No 2 November 2014.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya	Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dimana kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen yang menggunakan e-banking di Surabaya. Sementara dengan kepuasan yang tinggi maka hal ini memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas seorang konsumen.
5	Wawan Dkk (2016) Jurnal Ilmu Kel. Dan Kons Vol 9 No 1 Januari 2016	Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Pendaftaran Tanah Pertama Kali Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor	Berdasarkan hasil penelitian dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat dalam melakukan pendaftaran tanah pertama kali pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor.
6	Mahendra & Indryani (2018)	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo	Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada produk oli di CV Mitra Perkasa Utomo.
7	Analia & Hidayat (2016)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Tingkat Kepuasan Konsumen; variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

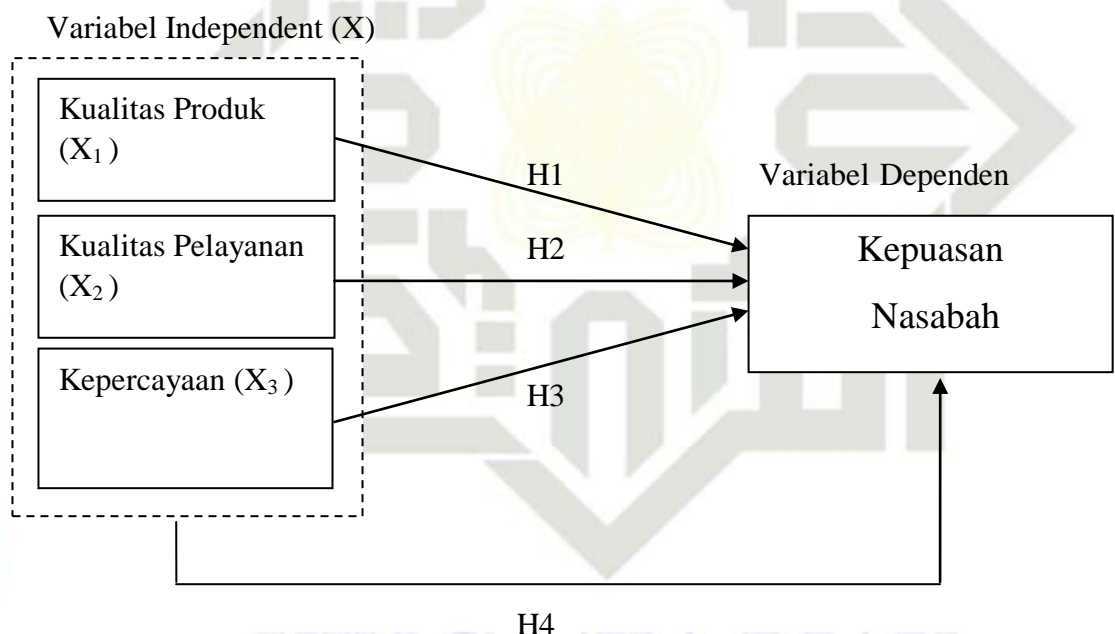
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			signifikan dan positif terhadap variabel Loyalitas Konsumen; variabel Tingkat Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Loyalitas Konsumen.

Sumber Data Olahan 2019

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Moenir, Kotler dan Keller Serta Laely

2.5 Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.5.1 Hubungan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Kotler dan Keller (2012:316) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Segala sesuatu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang dapat memberikan atau kinerja yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

H1 : Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen

2.5.2 Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Menurut **Moenir, (2015,71)** menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang keadaan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan pelayanan yang memuaskan.

H2 : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen

2.5.3 Hubungan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai. Menurut **Laely (2016:98)** kepercayaan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebab semakin tinggi tingkat kepercayaan maka akan memberikan kepuasan bagi konsumen atas jasa atau produk yang diberikan kepadanya.

H3 : Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen

2.5 Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan kerangka analisis diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₁ = Diduga kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

H₂ = Diduga pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

H₃ = Diduga pengaruh kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

H₄ = Diduga secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Sebagai objek penelitian adalah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru, Jl. Jend. Sudirman, Kantor Cabang Pekanbaru dengan subjek yang dipilih adalah pelanggan yang dalam hal ini sebagai nasabah Bank BNI Syariah Pekanbaru. Waktu penelitian adalah Januari 2019 sampai selesai

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2013:89)** Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda dan ukuran lain, yang menjadi obyek perhatian atau kumpulan seluruh obyek yang menjadi perhatian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru yang berjumlah 25.458 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, sampel adalah sebuah kelompok anggota yang menjadi bagian populasi sehingga juga memiliki karakteristik populasi. Mengingat karena waktu dan biaya jika meneliti seluruh populasi untuk penentuan jumlah sampel, maka penulis menggunakan formulasi slovin.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Diketahui :

n = ukuran sampel

N = jumlah konsumen

e = kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu (0,1 atau 10%)

Jumlah populasi nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru yang berjumlah 25.458 orang. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 n &= \frac{25.458}{1 + 25.458(0,1)^2} \\
 n &= \frac{25.458}{1 + 254,48} \\
 n &= \frac{25.458}{255,8} \\
 n &= 99.52 \\
 n &= 100 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang di dapat dalam penelitian ini adalah sebesar 99.52 atau 100 orang dengan batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 0,1. Pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental sampling* artinya metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada/dijumpai untuk menjawab pertanyaan.

3.3

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Berikut adalah definisi operasional variable yang digunakan didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan. Tiptono (2014).	1. Kualitas pelayanan 2. Kehandalan 3. Tepat waktu (Tjiptono, 2014)	Interval
2	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau di implementasikan (Tjiptono, 2014).	1. Kinerja produk 2. Kehandalan produk 3. Kesesuaian produk 4. Daya tahan 5. Kualitas produk (Tjiptono, 2014)	Interval
	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Sudarso, 2016)	1. Bukti fisik 2. Kehandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati (Sudarso, 2016)	Interval
	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh konsumen untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen (Ismail, 2014).	1. Kompetensi perusahaan 2. Kejujuran perusahaan 3. Kehandalan perusahaan (Ismail, 2014)	Interval

Sumber Olahan 2019

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat obyek penelitian dilakukan. Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sampel melalui penelitian lapangan dari sampel melalui kuesioner yang diberikan langsung kepada responden dalam bentuk daftar pertanyaan atau data langsung dari obyek penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Bank BNI Syariah Pekanbaru

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau laporan perusahaan yang telah diolah perusahaan seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing satuan organisasi pada Bank BNI Syariah Pekanbaru.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1 Angket

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada para nasabah di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Tujuannya adalah untuk menggali keterangan, tanggapan, keyakinan, pendapat, perasaan serta keinginan dari responden.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5.2 Analisis Deskriptif Penelitian

Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu suatu cara yang dapat menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan persamaan rumus matematis dan menghubungkannya dengan teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulan. Pengukuran variabel-variabel yang terdapat dalam model analisis penelitian ini bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket.

Karena semua jawaban tersebut bersifat deskriptif, sehingga diberi nilai agar menjadi data kuantitatif. Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan metode *Skala Likert* dengan pembobotan setiap pernyataan sebagai berikut:

- 1) Jika memilih jawaban Sangat Setuju (SS), maka diberi nilai 5
- 2) Jika memilih jawaban Setuju (S), maka diberi nilai 4
- 3) Jika memilih jawaban Cukup Setuju (CS), maka diberi nilai 3
- 4) Jika memilih jawaban Tidak Setuju (TS), maka diberi nilai 2
- 5) Jika memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), maka diberi nilai 1

Metode analisis data yang digunakan dalam pengertian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur kualitas produk, kualitas pelayanan kepercayaan dan kepuasan. Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi lain yang bertingkat (Sugiyono, 2013:86).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data adalah uji yang disyaratkan dalam penelitian dengan instrument kuesioner, tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji ini terdiri atas uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan terlebih dahulu dengan memberikan kuesioner kepada nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru. Uji validitas menggunakan *Software Statistical Package For The Social Science (SPSS)* versi 20 dengan menggunakan *factor loading* yaitu faktor penentu/analisis faktor.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu angket. Jika pernyataan tersebut dinyatakan valid, maka angket tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur, sehingga semakin kecil varian kesalahannya. Kriteria uji validitas adalah nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel. Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r dalam tabel pada alfa tertentu, maka berarti signifikan, sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan dan pernyataan itu valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukur yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki alpha Cronbach $>$ dari 0,60. Kuisioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai alpha yang lebih besar dari 0,6.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Pengujian asumsi klasik merupakan pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas, uji normalitas, uji autokorelasi dan uji linearitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang telah terdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Jika data menyebar

disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas, begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berarti terjadi korelasi linear yang mendekati sempurna antar lebih dari dua variabel bebas. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Dalam hal ini uji multikolinieritas dengan menggunakan uji TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Faktor (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti adanya varian dalam model yang tidak sama (konstan). Penyebabnya Variabel yang digunakan untuk memprediksi memiliki nilai yang sangat beragam, sehingga menghasilkan nilai residu yang tidak konstan.

3.7.4 Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*). Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji *Durbin Watson* (Uji DW). Uji

Durbin-Watson merupakan uji yang populer untuk menguji ada-tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris yang diestimasi.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Analisis linear berganda merupakan teknik analisis regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Apakah masing-masing variabel signifikan atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat maka, penulis menggunakan regresi linear berganda. Adapun persamaan yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Kualitas Pelayanan

X₃ : Kepercayaan

e : Error

Pengukuran variabel-variabel yang terdapat dalam model analisis peneliti merupakan bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket.

Karena semua jawaban tersebut bersifat deskriptif, maka diberi nilai agar menjadi data kuantitatif. Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan

metode *Skala Likert's*. Menurut **Suliyanto (2011:10)** skala likerts adalah skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang obyek sosial.

3.8.1 Uji Simultan (Uji F)

Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} dengan tingkat kepercayaan signifikasi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Namun sebelum membandingkan nilai F harus ditentukan tingkat kepercayaan $n=(k+1)$. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_a diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan, H_0 ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan, dan sebaliknya.

3.8.2 Koefisien Determinasi

Koefisien detrmisasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen.

3.8.3 Uji t

Uji secara parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dengan asumsi variabel lainnya yaitu konstan. Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh parsial (pervariabel) variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Adapun kriteria kepuasan konsumen yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka:

H_1 dan H_2 serta H_3 diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

2.) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > \alpha$ maka:

H_1 dan H_2 serta H_3 ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah singkat Bank BNI Syariah

Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. September 2013 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 64 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 16 Payment Point.

4.2 Visi dan Misi Bank BNI Syariah

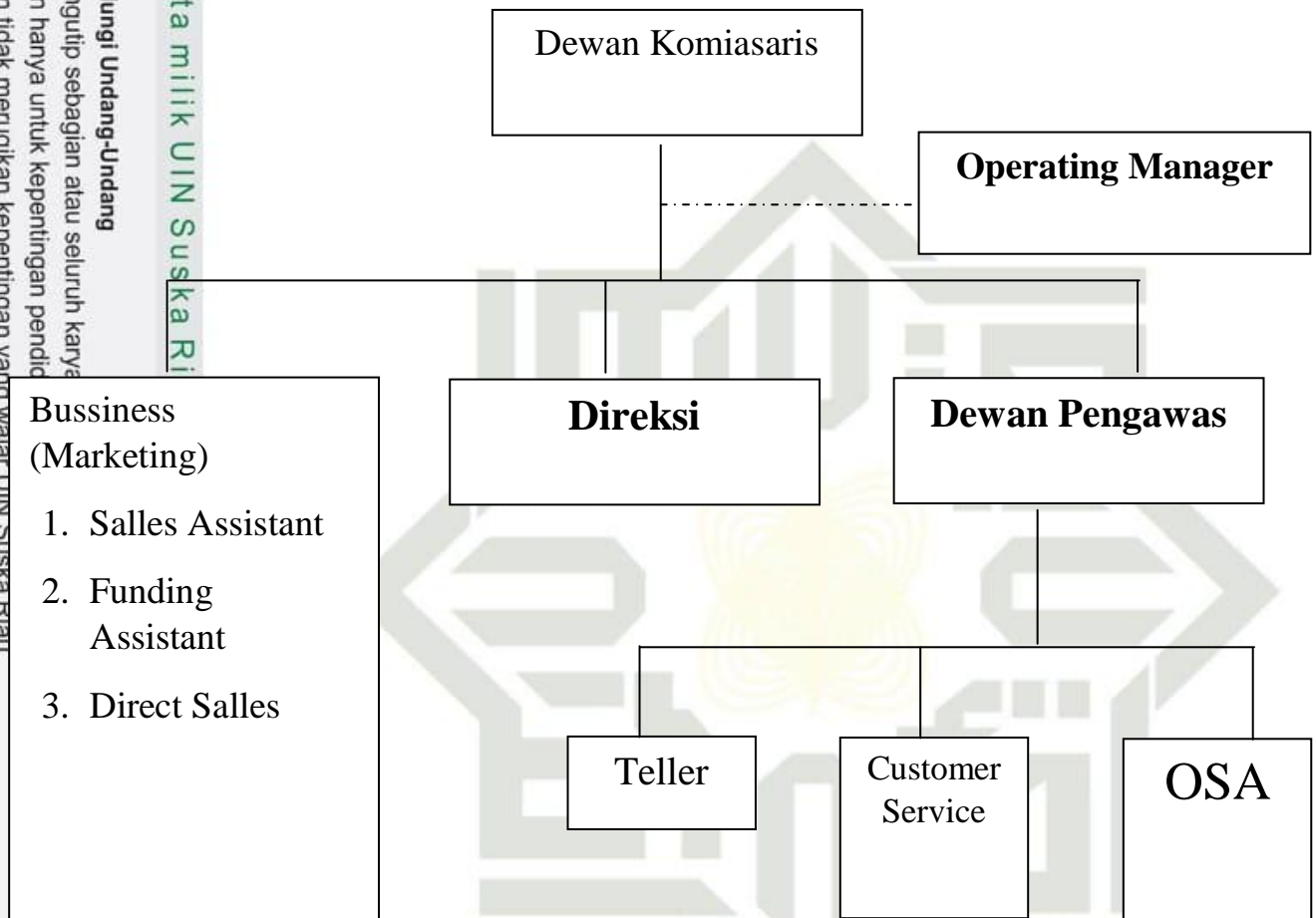
Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”. Sedangkan misi BNI Syariah ada 5 poin yaitu:

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

4.3 Struktur Organisasi Bank BNI Syariah

Berikut adalah struktur organisasi Bank BNI Syariah adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Struktur Organisasi



Sumber: *Sumber Data Bank BNI Syariah 2019*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.4 Produk Bank BNI Syariah

Produk Bank BNI Syariah Indonesia pada dasarnya terbagi menjadi 2 yaitu produk bagi penyimpanan dana atau biasa disebut pendanaan dan produk bagi pengelola dana atau biasa disebut produk pembiayaan. Pada penelitian ini produk yang digunakan adalah produk pendanaan khususnya produk simpanan yaitu deposito *mudharabah*. Depositso *Mudharabah* merupakan pilihan investasi dalam mata uang rupiah atau USD dengan jangka waktu 1,3,6, dan 12 bulan. Produk ini ditunjukan bagi nasabah yang ingin berinvestasi secara halal, murni sesuai syariah karena dana tersebut akan diinvestasikan secara optimal untuk membiayai berbagai macam usaha produktif yang berguna bagi kepentingan umat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan dijelaskan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Pekanbaru, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah dengan nilai t_{hitung} (6,436) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05, maka hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah dengan nilai t_{hitung} (2,522) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,013 masih berada dibawah 0,05, maka hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah dengan nilai t_{hitung} (2,290) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,024 masih berada dibawah 0,05, maka hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nilai F hitung ($68,327$) > F tabel ($2,70$) dengan Sig. ($0,000$) < $0,05$. Artinya secara simultan atau bersamaan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah. Nilai Adjust R Square menjelaskan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada BNI Syariah sebesar $67,1\%$ sementara sisanya $32,9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah didapatkan, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Disarankan Bank BNI Syariah Pekanbaru untuk menyediakan produk perbankan yang dapat memenuhi setiap kebutuhan nasabah sehingga hal ini akan berdampak terhadap rasa puas nasabah atas produk yang ditawarkan.
2. Sebaiknya pegawai Bank BNI Syariah Pekanbaru harus selalu meningkatkan kemampuan dan keterampilan didalam memberikan pelayanan dan menjelaskan mengenai produk-produk yang akan ditawarkan kepada nasabah didalam melakukan transaksi keuangan.
3. Bank BNI Syariah Pekanbaru harus selalu memberikan dan menyediakan fasilitas yang memadai dan menjamin data transaksi yang dilakukan oleh nasabah sehingga hal ini akan meningkatkan kepercayaan nasabah atas jaminan yang diberikan.

4. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel-variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Hadist

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012 *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2014 *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo

Assauri, Sofjan, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta

Djaslim, Saladin. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung :Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.

Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Irawan. 2015. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Seri 2. Bogor : IPB Press.

Ismail. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kedua. Jakarta : Surya Kencana.

Istijanto. 2015. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung : Alfabeta. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.

Kasmir 2012. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Edisirevisi 2012, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir, 2009.*ManajemenPerbankan*, Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta :Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip, 2015, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Perhalindo, Jakarta.

Kotler, Philip. Keller, K Lane, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Laelly. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta :Salemba Empat.
- Lovelock, Christoper dan JochenWirtz. 2011. *Service Marketing*. New Jersey
- Lupiyoadi, & Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta :SalembaEmpat.
- Moenir, 2015. *Manajemen Jasa Terpadu*, Edisi Keempat - Cetakan Ketiga. Bogor :Ghalia Indonesia.
- Nurhayati. 2011. *Dasar-Dasar Pemasaran – Jilid Pertama*. Jakarta :Prenhalindo
- Sentot Imam, Wahjono. 2009. *Manajemen Pemasaran Bank*, Surabaya: Graha Ilmu.
- Stanton, William J. 2009. *Prinsip Pemasaran*, Edisi 7, AlihBahasa : Y. Lamoto dan Sadu Sundaya. Jakarta : Erlangga.
- Sudarso. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta : Dee publish.
- Sudarsono, Heri. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi Keempat. Yogyakarta : Ekonisia.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : CV ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Service Quality and Satisfication – EdisiKedua*. Yogyakarta : CV ANDI
- Zeithaml. Valarie, Bitner & Gremler. 2013. *Service Marketing - Integrating Customer Focus Across The Firm, Sixth Edition*. New York: McGraw Hill.



KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Kepada Responden yang Terhormat,

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau mengenai **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI SYARIAH CABANG PEKANBARU”**

Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Ibu/Sdr/I bisa membantu saya untuk mengisi jawaban kuisisioner dibawah ini. Semua pernyataan atau pertanyaan berkaitan dengan sikap Ibu/Sdr/I terhadap keputusan pembelian sesuai dengan keadaan sebenarnya guna membantu terlaksananya penelitian ini.

Demikian yang dapat saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan Ibu/Sdr/I saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Penulis

A. Data responden (petunjuk: berilah tanda (✓) pada jawaban yang anda maksud).

1. Umur:

2. Pendidikan terakhir

- | | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> SMP | <input type="checkbox"/> S1 |
| <input type="checkbox"/> SMA | <input type="checkbox"/> S2 |
| <input type="checkbox"/> D3 | <input type="checkbox"/> Lainnya_____ |

3. Pekerjaan

- | | | |
|---|---------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> PNS | <input type="checkbox"/> Karyawan | <input type="checkbox"/> Wirausaha |
| <input type="checkbox"/> Ibu Rumah Tangga | <input type="checkbox"/> Lainnya_____ | |

B. Petunjuk pengisian daftar pernyataan

- Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan sikap saudara dan sesuai dengan kondisi sebenarnya
- Saudara dapat memberikan tanda (✓) pada salah satu jawaban **SS, S, CS, TS**, dan **STS** yang telah disediakan.

Keterangan :

- | | | | |
|--------------|----------------|---------------|---------------------|
| a. SS | : SangatSetuju | c. TS | : TidakSetuju |
| b. S | : Setuju | e. STS | : SangatTidakSetuju |
| c. CS | : CukupSetuju | | |

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Has Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hancipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta
Daftar Pernyataan

1. Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Produk pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru adalah produk-produk yang memiliki kinerja yang tinggi untuk memuaskan nasabah					
2	Produk-produk perbankan yang ditawarkan oleh BNI Syariah Cabang Pekanbaru adalah produk yang memiliki kehandalan yang tinggi terhadap kebutuhan nasabah					
3	Produk yang ditawarkan oleh BNI Syariah Cabang Pekanbaru sesuai dengan kebutuhan nasabah					
4	Produk yang dimiliki oleh BNI Syariah Cabang Pekanbaru memiliki masa waktu yang dapat bertahan lama					
5	Produk yang ditawarkan oleh BNI Syariah Cabang Pekanbaru adalah produk yang memiliki kualitas yang baik sebagai produk perbankan					

2. Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Keadaan ruang tunggu pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru sudah nyaman dan bersih.					
2	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru memiliki kemampuan					
3	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu cepat tanggap dalam mengatasi keluhan yang dirasakan oleh nasabah					
4	BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu menjamin keamanan data dan transaksi para nasabah					
5	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu memberikan pelayanan dengan baik tanpa melihat status sosial nasabahnya					

3. Kepercayaan (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang					
2	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu mengutamakan kepentingan nasabah					
3	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu memberikan informasi yang jelas kepada nasabah					
4	BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu bersikap terbuka kepada nasabah					
5	Karyawan selalu memberikan solusi terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabah dengan baik					
6	BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu memberikan jaminan dan perlindungan data dari nasabah					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Halaman 4
Kata Kunci: Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Pelayanan yang diberikan oleh BNI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memuaskan para nasabah yang datang					
2	BNI Syariah Cabang Pekanbaru memiliki kelengkapan produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah					
3	Nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru merasa puas dengan kehandalan karyawan didalam memberikan solusi terhadap keluhan dan masalah yang dihadapi					
4	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru memiliki kualitas yang baik didalam memberikan pelayanan dan menyampaikan setiap produk dengan tepat					
5	Karyawan pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru selalu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan					
6	Jam operasional pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru sudah baik didalam memberikan pelayanan kepada nasabah					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel	Produk					Pelayanan					Kepercayaan					Kepuasan Nasabah				
	p1	p2	p3	p4	p5	Total	p1	p2	p3	p4	p5	Total	p1	p2	p3	p4	p5	p6	Total	
sampel 1	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	5	28	
sampel 2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	4	4	27	
sampel 3	5	4	5	5	4	23	4	5	4	5	5	23	4	3	4	5	3	4	23	
sampel 4	5	5	5	5	5	25	3	4	3	4	4	18	3	5	3	3	4	3	21	
sampel 5	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	4	24	4	5	5	4	4	4	26	
sampel 6	5	4	5	5	5	24	4	4	4	3	4	19	3	5	4	3	4	3	22	
sampel 7	5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	23	3	4	4	3	3	5	22	
sampel 8	5	4	4	5	4	22	3	3	3	3	3	15	2	3	3	2	3	2	15	
sampel 9	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	3	4	25	
sampel 10	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	5	3	22	
sampel 11	5	5	4	5	5	24	3	5	3	4	5	20	4	5	3	3	3	4	22	
sampel 12	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	3	20	
sampel 13	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	5	4	24	
sampel 14	4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17	3	2	4	4	4	3	20	
sampel 15	5	5	5	5	5	25	5	3	5	3	4	20	4	3	5	4	3	4	23	
sampel 16	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	4	22	5	4	5	4	3	4	25	
sampel 17	2	2	3	3	2	12	3	2	3	2	2	12	3	3	3	4	3	3	19	
sampel 18	1	3	1	2	1	8	1	2	1	2	2	8	3	2	1	4	3	4	17	
sampel 19	2	1	2	2	1	8	2	1	2	2	1	8	5	5	2	3	4	3	22	
sampel 20	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	4	4	1	5	4	5	23	
sampel 21	1	2	1	2	1	7	1	1	1	1	2	6	4	4	1	5	4	5	23	
sampel 22	2	2	3	2	3	12	3	3	3	3	2	14	4	4	1	5	4	5	23	
sampel 23	2	2	2	2	2	10	1	2	1	2	2	8	4	5	1	3	4	4	21	
sampel 24	2	1	1	2	1	7	1	2	1	2	2	8	4	3	1	4	3	4	19	
sampel 25	4	5	5	4	5	23	4	3	4	3	3	17	4	4	4	3	2	3	20	
sampel 26	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	2	4	20	
sampel 27	5	5	4	5	4	23	5	4	5	4	4	22	3	4	5	4	3	4	23	
sampel 28	3	4	3	3	3	16	3	5	3	5	5	21	4	4	3	5	3	4	23	
sampel 29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4	5	28	
sampel 30	3	4	3	3	4	17	3	5	3	5	5	21	3	4	3	4	4	3	21	
sampel 31	5	5	5	5	5	25	3	5	3	5	5	21	5	4	3	2	4	5	23	
sampel 32	3	4	4	4	4	19	4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	3	2	19	
sampel 33	3	3	4	3	4	17	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	3	24	
sampel 34	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	5	28	



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampel 35	3	4	3	3	4	4	17	4	3	4	3	4	4	18	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	20	
sampel 36	5	5	5	5	5	5	25	3	5	3	5	3	5	21	3	5	3	5	3	4	4	23	5	5	5	5	30	
sampel 37	5	5	5	5	5	5	25	3	4	3	4	4	4	18	3	2	3	2	5	2	5	5	5	5	5	5	30	
sampel 38	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	24	
sampel 39	5	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	4	20	3	5	4	4	4	3	3	22	5	5	5	4	28	
sampel 40	4	4	3	3	3	3	17	4	3	4	3	3	3	17	3	4	4	2	3	2	3	18	3	3	4	3	20	
sampel 41	5	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	4	4	22	4	5	5	3	4	2	2	23	5	5	5	5	30	
sampel 42	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	4	2	4	20	4	4	4	4	24	
sampel 43	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	3	3	28	5	5	5	5	30	
sampel 44	3	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	4	19	5	3	4	4	3	3	3	22	3	3	3	3	18	
sampel 45	3	3	3	3	3	3	15	5	4	5	4	5	4	23	4	5	5	3	5	2	2	24	3	3	4	3	20	
sampel 46	5	4	4	5	5	5	23	3	4	3	4	4	4	19	4	4	3	2	3	4	4	20	4	5	4	5	27	
sampel 47	5	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	4	5	22	5	5	2	3	5	2	2	22	5	5	5	5	30	
sampel 48	5	4	4	5	4	5	22	4	5	4	5	5	23	5	4	4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	26	
sampel 49	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	5	25	5	4	5	3	5	3	5	5	27	5	5	5	5	30	
sampel 50	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	3	5	27	4	4	4	4	24	
sampel 51	2	3	2	3	3	3	13	4	5	4	5	5	5	23	4	5	2	4	4	4	4	23	5	5	5	5	30	
sampel 52	5	5	5	5	5	5	25	3	4	3	4	4	4	18	3	4	3	2	3	2	3	17	4	4	4	3	22	
sampel 53	4	4	5	4	4	4	21	5	5	3	3	3	3	21	5	4	1	3	4	5	22	4	4	4	4	4	24	
sampel 54	4	3	2	2	3	3	14	2	3	2	4	3	3	14	3	3	2	2	4	2	4	16	3	3	2	3	16	
sampel 55	1	1	1	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	8	4	3	1	2	5	4	19	4	3	4	2	3	18	
sampel 56	4	5	5	5	5	5	24	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	3	4	18	4	3	3	3	3	19	
sampel 57	2	2	2	2	2	2	10	2	3	2	3	1	11	3	4	1	3	4	5	20	4	3	4	3	3	3	20	
sampel 58	2	3	2	3	3	3	13	2	2	2	2	2	2	10	3	4	2	3	4	4	20	4	4	4	4	4	24	
sampel 59	4	5	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	4	16	3	3	3	5	3	5	22	3	4	3	4	4	21	
sampel 60	2	3	2	3	2	2	12	2	2	2	2	2	2	10	3	5	2	3	4	4	21	3	2	2	2	2	13	
sampel 61	2	3	2	3	3	3	13	2	2	2	2	3	3	11	5	4	2	3	5	4	23	4	3	4	3	4	21	
sampel 62	2	3	2	3	3	3	13	2	3	2	3	3	3	13	3	3	2	3	4	3	18	2	3	3	3	3	17	
sampel 63	1	1	1	1	1	1	5	2	3	2	3	2	2	12	4	5	1	3	3	3	19	2	2	2	2	2	12	
sampel 64	3	2	3	2	1	1	11	3	2	3	2	2	2	12	3	4	1	4	4	5	21	3	4	3	3	4	2	19
sampel 65	3	3	4	5	3	3	18	3	4	3	4	4	4	18	3	4	3	3	2	3	18	3	4	4	3	4	3	21
sampel 66	2	3	3	3	2	2	13	3	2	3	2	2	2	12	4	3	1	4	5	4	21	4	5	5	4	5	4	27
sampel 67	2	3	2	3	2	2	12	2	2	2	2	2	3	11	3	4	2	5	5	5	24	3	4	3	2	4	2	18
sampel 68	2	2	3	2	2	2	11	3	1	3	3	3	3	13	3	5	1	4	5	5	23	3	3	4	4	3	4	21
sampel 69	5	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	30	
sampel 70	4	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	5	25	4	5	5	3	4	4	25	5	5	5	5	5	30	

- la u

sample 71	1	2	1	2	2	2	8	1	2	1	2	1	2	2	8	4	4	1	3	4	4	20	2	2	2	2	2	12	
sample 72	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	4	5	4	22	5	4	5	3	4	3	24	5	5	5	4	5	28	
sample 73	2	1	1	1	2	7	2	3	2	3	3	2	2	3	13	3	2	2	2	4	2	15	1	2	3	2	2	12	
sample 74	1	2	1	2	2	8	2	1	2	1	2	1	1	7	7	3	4	4	3	2	5	21	2	2	2	2	2	12	
sample 75	1	1	2	2	1	7	1	2	1	2	1	2	2	8	3	5	4	3	4	4	4	23	2	2	2	2	2	12	
sample 76	3	3	3	3	3	15	3	5	3	5	3	5	5	21	3	4	3	3	3	5	21	3	3	3	3	3	3	18	
sample 77	2	4	2	4	5	17	3	3	3	4	3	4	3	16	5	5	3	4	3	5	25	3	2	3	2	2	3	15	
sample 78	2	2	2	3	4	13	3	3	3	3	2	3	14	4	3	3	3	2	5	5	22	2	3	3	3	3	3	17	
sample 79	5	2	5	4	2	18	3	4	3	2	3	2	3	15	5	3	3	4	3	3	21	4	4	4	4	4	3	23	
sample 80	1	2	2	2	2	9	2	3	2	3	2	3	13	3	2	2	4	2	3	16	2	3	3	2	3	2	3	15	
sample 81	2	2	2	1	2	9	1	1	1	1	1	1	5	4	4	4	1	5	4	4	22	3	2	2	3	2	2	14	
sample 82	2	3	4	3	4	16	1	1	1	1	1	1	5	4	5	1	5	4	5	4	5	24	3	2	2	2	2	13	
sample 83	3	4	3	3	4	17	4	3	4	3	3	3	17	3	4	4	4	3	3	2	19	3	3	3	4	3	4	20	
sample 84	5	5	5	5	5	25	3	5	3	5	5	5	21	5	5	5	3	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	
sample 85	1	1	1	1	1	5	3	2	3	2	3	2	12	2	4	3	4	3	4	2	4	19	2	4	2	4	4	2	18
sample 86	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	3	2	2	2	1	2	12	2	4	3	2	4	2	17	
sample 87	3	3	3	3	1	13	2	2	2	2	2	2	10	4	5	2	3	5	3	5	22	3	3	2	2	3	2	15	
sample 88	2	2	4	3	2	13	2	3	2	3	2	3	13	1	2	2	2	2	2	2	11	3	2	3	2	2	2	14	
sample 89	2	3	3	2	3	13	3	2	3	2	3	2	12	3	4	3	3	3	2	4	19	4	4	4	4	4	4	24	
sample 90	2	1	3	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	1	2	2	2	1	1	2	9	2	2	2	3	2	2	13	
sample 91	2	3	3	2	3	13	3	3	3	3	2	3	14	4	3	4	3	2	4	20	3	2	3	2	3	2	2	14	
sample 92	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	3	19	3	3	4	3	3	3	5	21	3	3	3	3	3	3	18	
sample 93	3	3	3	3	3	15	1	2	1	2	1	2	1	7	3	3	3	3	3	4	19	3	3	3	2	3	2	16	
sample 94	4	5	5	5	4	23	3	4	3	4	3	4	5	19	2	2	3	3	3	2	15	4	3	4	4	5	4	24	
sample 95	4	2	3	2	3	14	4	4	4	4	4	2	18	3	2	4	3	3	3	3	18	3	3	4	4	3	3	20	
sample 96	2	2	3	3	2	12	2	3	2	2	4	2	13	3	2	4	2	4	2	3	16	4	4	4	4	4	4	24	
sample 97	3	3	3	4	3	16	2	3	2	3	2	3	12	2	3	3	2	4	2	2	16	4	3	4	3	3	3	20	
sample 98	5	5	5	5	5	25	2	2	2	2	2	2	10	4	2	3	5	3	4	21	5	5	5	5	5	5	5	30	
sample 99	4	3	4	5	4	20	3	2	3	3	3	3	14	3	3	4	4	4	3	5	22	5	5	5	5	5	5	30	
sample 100	5	5	5	5	5	25	2	1	2	3	2	3	10	3	2	3	2	2	2	3	15	4	4	4	4	4	4	24	



p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	9	9.0	9.0	9.0
2.00	26	26.0	26.0	35.0
3.00	16	16.0	16.0	51.0
4.00	16	16.0	16.0	67.0
5.00	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	8	8.0	8.0	8.0
2.00	18	18.0	18.0	26.0
3.00	23	23.0	23.0	49.0
4.00	22	22.0	22.0	71.0
5.00	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	9	9.0	9.0	9.0
2.00	17	17.0	17.0	26.0
3.00	24	24.0	24.0	50.0
4.00	19	19.0	19.0	69.0
5.00	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	5	5.0	5.0	5.0
2.00	20	20.0	20.0	25.0
3.00	26	26.0	26.0	51.0
4.00	18	18.0	18.0	69.0
5.00	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	10	10.0	10.0	10.0
2.00	18	18.0	18.0	28.0
3.00	20	20.0	20.0	48.0
4.00	23	23.0	23.0	71.0
5.00	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Correlations

		Total	p1	p2	p3	p4	p5
Total	Pearson Correlation	1	.941**	.931**	.932**	.945**	.930**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p1	Pearson Correlation	.941**	1	.822**	.890**	.862**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.931**	.822**	1	.795**	.865**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.932**	.890**	.795**	1	.863**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.945**	.862**	.865**	.863**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.930**	.822**	.882**	.811**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	5

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ha

p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	10	10.0	10.0	10.0
2.00	21	21.0	21.0	31.0
3.00	28	28.0	28.0	59.0
4.00	23	23.0	23.0	82.0
5.00	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	7	7.0	7.0	7.0
2.00	22	22.0	22.0	29.0
3.00	23	23.0	23.0	52.0
4.00	25	25.0	25.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	10	10.0	10.0	10.0
2.00	21	21.0	21.0	31.0
3.00	28	28.0	28.0	59.0
4.00	23	23.0	23.0	82.0
5.00	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	4.0	4.0	4.0
2.00	26	26.0	26.0	30.0
3.00	23	23.0	23.0	53.0
4.00	29	29.0	29.0	82.0
5.00	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

- a. Pengumpulan hanya untuk kepentingan penunjang, penelitian, penunjang karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	6	6.0	6.0	6.0
2.00	24	24.0	24.0	30.0
3.00	23	23.0	23.0	53.0
4.00	22	22.0	22.0	75.0
5.00	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Correlations

		Total	p1	p2	p3	p4	p5
Total	Pearson Correlation	1	.908**	.930**	.908**	.909**	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p1	Pearson Correlation	.908**	1	.733**	1.000**	.696**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.930**	.733**	1	.733**	.906**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.908**	1.000**	.733**	1	.696**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.909**	.696**	.906**	.696**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.913**	.714**	.881**	.714**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	5

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	5	5.0	5.0	7.0
3.00	40	40.0	40.0	47.0
4.00	33	33.0	33.0	80.0
5.00	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	12	12.0	12.0	12.0
3.00	24	24.0	24.0	36.0
4.00	39	39.0	39.0	75.0
5.00	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	16	16.0	16.0	16.0
2.00	15	15.0	15.0	31.0
3.00	26	26.0	26.0	57.0
4.00	27	27.0	27.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	18	18.0	18.0	19.0
3.00	37	37.0	37.0	56.0
4.00	27	27.0	27.0	83.0
5.00	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0



2.00	10	10.0	10.0	12.0
3.00	35	35.0	35.0	47.0
4.00	33	33.0	33.0	80.0
5.00	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	18	18.0	18.0	18.0
3.00	23	23.0	23.0	41.0
4.00	36	36.0	36.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Correlations

		Total	p1	p2	p3	p4	p5	p6
Total	Pearson Correlation	1	.773**	.615**	.412**	.668**	.587**	.568**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p1	Pearson Correlation	.773**	1	.393**	.220*	.409**	.500**	.339**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.028	.000	.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.615**	.393**	1	.087	.244*	.336**	.242*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.392	.014	.001	.015
	N	100	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.412**	.220*	.087	1	.070	-.016	-.125
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.392		.490	.872	.214
	N	100	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.668**	.409**	.244*	.070	1	.232*	.505**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.490		.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.587**	.500**	.336**	-.016	.232*	1	.172
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.872	.020		.088
	N	100	100	100	100	100	100	100
p6	Pearson Correlation	.568**	.339**	.242*	-.125	.505**	.172	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.015	.214	.000	.088	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics



Cronbach's Alpha	N of Items
.622	6

UIN Suska Riau

ak cipta milik UIN Suska Riau

Kepuasan nasabah

p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	10	10.0	10.0	11.0
3.00	35	35.0	35.0	46.0
4.00	27	27.0	27.0	73.0
5.00	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	16	16.0	16.0	16.0
3.00	28	28.0	28.0	44.0
4.00	29	29.0	29.0	73.0
5.00	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	11	11.0	11.0	11.0
3.00	34	34.0	34.0	45.0

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



4.00	24	24.0	24.0	69.0
5.00	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	21	21.0	21.0	21.0
3.00	16	16.0	16.0	37.0
4.00	36	36.0	36.0	73.0
5.00	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	16	16.0	16.0	16.0
3.00	27	27.0	27.0	43.0
4.00	31	31.0	31.0	74.0
5.00	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

p6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	23	23.0	23.0	23.0
3.00	22	22.0	22.0	45.0
4.00	26	26.0	26.0	71.0
5.00	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Correlations

	Total	p1	p2	p3	p4	p5	p6
Total Pearson Correlation	1	.860**	.931**	.937**	.902**	.920**	.928**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
p1 Pearson Correlation	.860**	1	.733**	.806**	.700**	.731**	.755**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan harus menunjukkan sumber pendauran, penentuan, penomoran karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

ang n

n karya

n dan

sity of Sultan

	N	100	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.931**	.733**	1	.871**	.770**	.963**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.937**	.806**	.871**	1	.767**	.850**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.902**	.700**	.770**	.767**	1	.751**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.920**	.731**	.963**	.850**	.751**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p6	Pearson Correlation	.928**	.755**	.775**	.849**	.930**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	6

Output

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3, x1, x2 ^a		Enter

a. All requested variables entered.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.825 ^a	.681	.671	3.31891	1.983

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2
b. Dependent Variable: y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2257.905	3	752.635	68.327	.000 ^a
	Residual	1057.455	96	11.015		
	Total	3315.360	99			

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2
b. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
1 (Constant)	4.113	1.971		2.087	.040		
x1	.518	.080	.555	6.436	.000	.446	2.242
x2	.241	.096	.234	2.522	.013	.385	2.597
x3	.241	.105	.153	2.290	.024	.741	1.349

a. Dependent Variable: y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	x1	x2	x3
1	1	3.877	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.081	6.897	.11	.20	.09	.05
	3	.028	11.673	.05	.75	.72	.02
	4	.013	17.448	.84	.05	.19	.94

a. Dependent Variable: y

Residuals Statistics^a

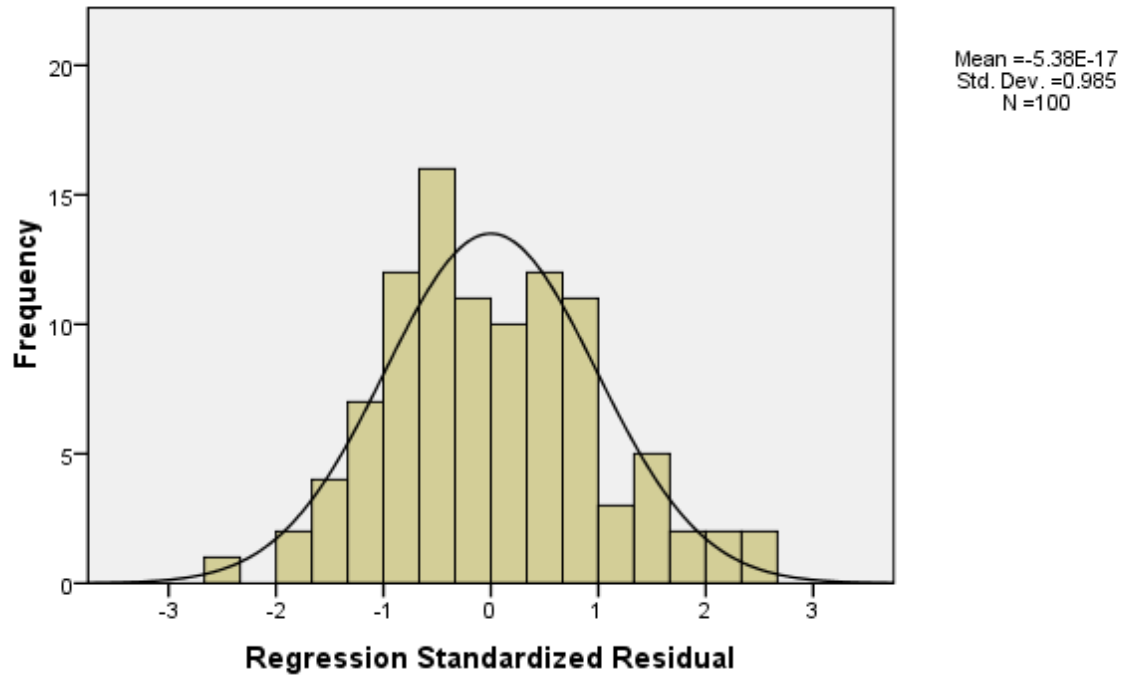
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13.2069	29.8251	22.0800	4.77568	100
Residual	-7.79202	8.20624	.00000	3.26824	100
Std. Predicted Value	-1.858	1.622	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.348	2.473	.000	.985	100

a. Dependent Variable: y



Histogram

Dependent Variable: y



menyebutkan sumber:

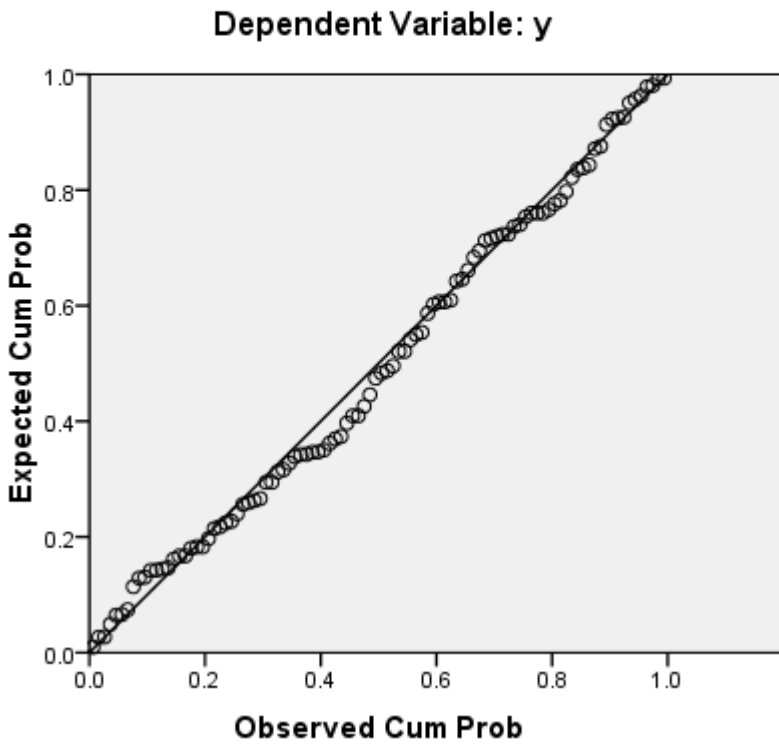
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



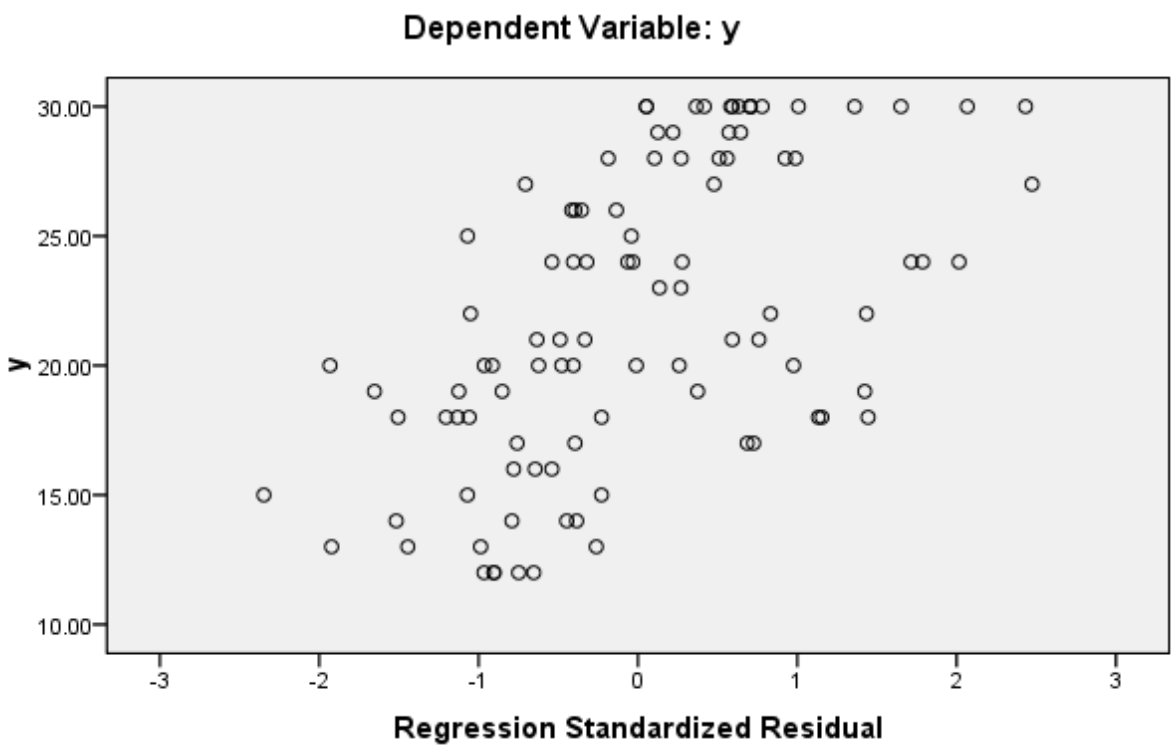
menyebutkan sumber:

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Scatterplot



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Table r (koefisien korelasi sederhana) $df = 1-200$

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Titik Persentase Distribusi t
d.f. = 1 -200

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan umum.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islami University of Sulta

UIN SUSKA RIAU

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islami University of Sultan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau t
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung



Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulta

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islami University of Sulta

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi F
Probabilita = 0.05

UIN SUSKA RIAU

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang meminumkan dan memberhanyak sebacian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau

df untuk penyebut (N2)		df untuk pembilang (N1)														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Statistika milik UIN Suska Riau	136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
	137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
	146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
	147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
	148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
	149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
	150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
	151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
	152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
	153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
	154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
	155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
	156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
	157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
	158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
	168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73	
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73	
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73	
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72	
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

BIOGRAFI PENULIS



Joko Usmar lahir di Tembilahan, Indragiri Hilir pada tanggal 09 September 1995. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Ayahanda Husniyansah dan Ibunda Mardiana. Penulis memulai jenjang pendidikan di SDN 038 Tembilahan Kota pada tahun 2001 dan lulus pada tahun 2007. Pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 01 Tembilahan Kota dan lulus 2010. Pada 2010 penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 01 Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir. Riau dan lulus pada tahun 2013.

Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi UIN SUSKA RIAU pada tahun 2013. Masuk melalui SNMPTN Jalur undangan pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial jurusan Manajemen S1 (Konsentrasi Manajemen Pemasaran). Penulis menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi ini dengan Selang waktu yang Lumayan lama dikeranakan ada beberapa alasan.

Selama penulis melaksanakan aktifitas perkuliahan di UIN SUSKA RIAU banyak pengalaman yang penulis dapatkan. Baik itu pengalaman menyedihkan maupun pengalaman yang membahagiakan, pengalaman akademik dan pengalaman organisasi baik bersifat agama maupun sosial. Pengalaman organisasi yang pernah penulis ikuti adalah HMJ (Himpunan Mahasiswa Jurusan) Manajemen S1.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.